RMC BFM

Charte déontologique RMC BFM

La présente Charte a été rédigée conjointement par la direction et les représentants des journalistes du Groupe RMC BFM en application de l'article 2 bis de la loi du 29 juillet 1881 sur la liberté de la presse.

Principes généraux

§1 - Les journalistes des rédactions du Groupe RMC BFM, conscients de leur responsabilité vis-à-vis du public et du média qui les emploie et de son impact, s'engagent à exercer leur métier de manière à produire et délivrer une information de qualité, pluraliste, honnête, fiable et respectueuse des personnes.

§2 - La présente Charte a pour vocation d'affirmer les règles déontologiques applicables à la profession de journaliste au sein du Groupe RMC BFM et de renforcer leur protection en les mettant à l'abri de toute influence de nature à porter atteinte à l'exercice de leur métier de façon indépendante. Elle s'applique à toutes les activités éditoriales du Groupe et engage chaque journaliste, quelles que soient ses fonctions, sa responsabilité, au sein du groupe, sur les règles déontologiques encadrant ses pratiques professionnelles. Cependant, la responsabilité du journaliste ne peut être confondue avec celle du média, du Groupe et des actionnaires, ni les dispenser de leurs propres obligations. Elle engage donc toutes les parties signataires. Cette Charte traduit ainsi l'adhésion du Groupe et de l'ensemble de ses rédactions à des valeurs communes, notamment l'indépendance, la transparence, l'honnêteté de l'information et l'expression pluraliste des courants de pensée et d'opinion.

§3 - Cette Charte se fonde sur un certain nombre de textes et documents de référence-suivants qui s'appliquent de fait :

- La Charte d'éthique professionnelle des journalistes du Syndicat national des journalistes (SNJ) de 1918, remaniée en 1938 et en 2011 ;
- La Déclaration des droits et devoirs des journalistes de la Fédération européenne des journalistes, dite « Charte de Munich », de 1971 ;
- La Charte mondiale d'éthique des journalistes de la Fédération internationale des journalistes, dite « Charte de Tunis », de 2019 ;
- La loi du 29 juillet 1881 sur la liberté de la presse ;
- La loi du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication ;
- La loi du 14 novembre 2016 visant à renforcer la liberté, l'indépendance et le pluralisme des médias ;
- Les conventions signées avec l'Arcom.

§4 - Les actionnaires, la direction du Groupe et les dirigeants des sociétés éditrices et des rédactions nommés par cette dernière proclament plus particulièrement leur attachement à ces principes et à leur pérennité en particulier l'indépendance des journalistes.

§5 - Le groupe RMC BFM veille à ce que les intérêts économiques de ses actionnaires et ceux de ses annonceurs ne portent pas atteinte à ces principes.

§6 - Tout nouvel actionnaire ou dirigeant respecte les principes affirmés dans cette Charte.

§7 – Les membres de la direction et les journalistes ne peuvent pas avoir fait l'objet, à titre personnel, de condamnations judiciaires ou administratives pour incitation à la haine, à la violence ou à la discrimination.

§8 - Les lignes éditoriales des services du Groupe RMC BFM sont fixées par la direction de l'information et des rédactions, dans le respect des principes d'honnêteté, de pluralisme de l'information et des programmes qui y concourent, des conventions des services signées avec l'Arcom et du principe d'indépendance éditoriale rappelé ci-avant.

§9 - Cette Charte est remise à tout nouveau journaliste du Groupe et est annexée à leur contrat de travail. Elle s'impose en termes identiques à chacun. Elle est publiée sur le site internet de RMC BFM.

§10 – Dans le respect de la dignité de la personne humaine, des principes constitutionnels relatifs à la liberté d'expression et de communication, et dans le cadre fixé par la loi, les grands principes déontologiques et éthiques énoncés par cette Charte s'appliquent également aux intervenants réguliers, liés aux rédactions par un contrat de quelque nature que ce soit, et participant à la production ou à la diffusion des contenus diffusés à l'antenne.

- Les éditorialistes sont généralement des journalistes, choisis pour leur expertise, ayant pour rôle de commenter ou de mettre en perspective un événement d'actualité. Ils peuvent exprimer leurs opinions et défendre des positions jugées partisanes, en apportant une analyse critique et approfondie des sujets traités.
- Les chroniqueurs sont des personnalités dont le rôle est de mettre en perspective des événements d'actualité à partir de leur expérience personnelle, et comme les éditorialistes, ils peuvent exprimer leurs positions et soutenir des opinions partisanes.
- Les consultants sont des experts externes spécialisés dans un domaine particulier (économie, politique, sport, etc.). Ils sont appelés à apporter leur expertise technique ou leur analyse sur des sujets spécifiques. Ils peuvent émettre des opinions et peuvent intervenir de manière ponctuelle ou récurrente, selon les besoins de l'antenne.

Les invités sont présents en raison de leur qualité ou de leur fonction, et sont sollicités pour partager leur expérience. Ils ne font ni partie de la rédaction ni des intervenants réguliers et ne sont liés par aucun contrat de prestation. La présente Charte ne s'applique pas à eux.

§11 - Le Comité relatif à l'honnêteté, à l'indépendance et au pluralisme de l'information et des programmes est en charge d'évaluer le respect de la Charte de Déontologie par les services audiovisuels de RMC BFM. Il établit chaque année un bilan des engagements des services du Groupe RMC BFM en la matière qu'il transmet à l'Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique et qui est publié sur le site internet de RMC BFM.

§12 – Le Groupe RMC BFM s'engage à examiner la Charte déontologique *a minima* tous les cinq ans et chaque fois que l'actualité et le contexte l'exigent avec l'accord de toutes les parties. Des annexes spécifiques pourront être discutées et jointes à la Charte.

§13 - Les parties signataires veillent à la défense et au respect de ces règles.

Chapitre 1 - Indépendance de l'information

Introduction - Les journalistes du Groupe RMC BFM se voient reconnaître, aux termes de la présente Charte, un certain nombre de garanties d'indépendance dans leur métier. Le Groupe RMC BFM et les rédactions pour lesquelles les journalistes travaillent garantissent particulièrement les conditions de production d'une information indépendante.

Droit d'opposition des journalistes

1. Tout journaliste du Groupe RMC BFM a le droit de refuser toute pression, de divulguer ses sources ou de signer un article, une émission, une partie d'émission ou une contribution dont la forme ou le

contenu auraient été modifiés à son insu ou contre sa volonté. Il ne peut être contraint à accepter un acte contraire à sa conviction professionnelle formée dans le respect de la présente Charte.

2. Tout journaliste du Groupe RMC BFM doit être informé par la direction de sa rédaction d'une modification éditoriale susceptible de dénaturer son travail en amont de la diffusion. Il peut alors refuser de signer un article, une émission, une partie d'émission, etc. sans que cela puisse lui être reproché.

3. Des réunions éditoriales sont organisées régulièrement dans chaque rédaction du Groupe RMC BFM. Elles sont composées de membres des SDJ du média concerné et des membres de la direction du service. Elles sont l'occasion d'aborder les projets éditoriaux. A la demande des parties, une réunion éditoriale au niveau du Groupe peut également avoir lieu une fois par an.

4. En cas de changement significatif de la ligne éditoriale, la rédaction doit être informée préalablement en vue de recueillir un avis consultatif.

5. En cas de désaccord persistant, l'équipe rédactionnelle peut à tout moment convoquer une assemblée générale extraordinaire ayant pour objectif la rédaction d'une motion de défiance. Si celle-ci est votée par la majorité des inscrits du collège des journalistes titulaires, la direction générale s'engage à rencontrer ses représentants.

Rôle des sociétés de journalistes

6. Instance représentative élue, le bureau des sociétés de journalistes (SDJ) de chaque rédaction a pour interlocuteur naturel et permanent la direction de sa rédaction. Il peut saisir le Comité d'éthique du Groupe RMC BFM, en cas de litige relevant de son champ de compétences.

7. Confronté à un problème d'ordre déontologique, tout journaliste est en droit de saisir le bureau de sa SDJ, afin que ce dernier en prenne connaissance, le soumette à la direction de sa rédaction en vue de trouver une solution. La direction de la rédaction peut également saisir le bureau de la SDJ.

Indépendance vis-à-vis de l'actionnaire, des annonceurs et d'intérêts extérieurs

8. La rédaction de chaque service de RMC BFM se compose de journalistes professionnels qui n'acceptent de directives éditoriales que de la part de leurs responsables de rédaction.

9. Les services de RMC BFM s'engagent à ce que les émissions et contenus d'information politique, économique et générale soient réalisés dans des conditions qui garantissent une information indépendante de toute pression extérieure, notamment à l'égard des intérêts économiques des actionnaires avec lesquels ils ont des liens capitalistiques significatifs, ceux de ses annonceurs ou tout intérêt politique, économique, culturel ou personnel.

10. Lorsque sont présentées, dans le cadre d'un contenu sur l'un ou l'autre des services du Groupe RMC BFM, des activités développées par une personne morale ou physique avec laquelle le Groupe RMC BFM a des liens capitalistiques directs et sur lesquelles l'actionnaire exercice un contrôle effectif, il convient :
- De veiller à ce que cette présentation revête un caractère strictement informatif ;
- De porter systématiquement à la connaissance du public la nature de ces liens.

11. Les actionnaires sont traités selon un principe de stricte égalité vis-à-vis de tout autre acteur économique, financier ou politique. Ils ne seront jamais avantagés ou désavantagés, dans le traitement journalistique éventuel, du fait de leur statut d'actionnaires, directs ou indirects, de RMC BFM.

12. Les actionnaires s'interdisent de commander un contenu et/ou de donner des instructions pour le modifier ou empêcher sa publication ou diffusion.

13. Les membres des rédactions du Groupe RMC BFM apportent un soin particulier à éviter toute confusion entre les contenus rédactionnels et promotionnels. Les choix éditoriaux restent indépendants de toute pression en lien avec les annonceurs.

14. Les impératifs de publicité, de promotion et de partenariat ne peuvent influencer le travail des journalistes, notamment le choix des invités, et la ligne éditoriale des services du Groupe RMC BFM. La couverture d'un événement est décidée exclusivement par la rédaction en chef, en lien avec la direction de la rédaction, en fonction de son intérêt éditorial.

15. Publicités, promotions, partenariats ou contenus publi-rédactionnels sont clairement identifiés afin d'éviter toute confusion avec des contenus rédactionnels. Toute publication ou délocalisation d'une émission résultant d'une association doit le mentionner.

16. Les salariés travaillant en tant que vidéastes ou créateurs de contenus publicitaires pour la régie ne peuvent être assimilés à des journalistes reporters d'images (JRI) ni à des représentants d'une rédaction. De ce fait, ils ne peuvent pas être embauchés par l'un ou l'autre des services du Groupe RMC BFM sous la convention collective des journalistes.

17. Les membres des rédactions du Groupe RMC BFM évitent toute situation pouvant jeter un doute sur l'impartialité de l'entreprise et son indépendance vis-à-vis des groupes de pression, de quelque nature qu'ils soient.

18. Les journalistes de RMC BFM ne reçoivent ou ne sollicitent de l'argent, des cadeaux, des voyages, ou toute autre faveur ou avantage pouvant porter atteinte à leur crédibilité et leur indépendance. En cas de doute, ils doivent solliciter l'avis de la direction de leur service ou de leur rédaction.

19. Les journalistes de RMC BFM accordent une importance toute particulière à ne pas faire de publicité clandestine pour une société ou un produit dans le cadre de leur travail journalistique. La « publicité clandestine » consiste en la présentation, en dehors des écrans publicitaires, de biens, services ou marques, dans le but, non d'informer, mais de promouvoir.

20. En cas de participation d'un journaliste à un voyage de presse, l'organisateur doit être informé, au préalable, que cela n'implique pas la diffusion d'un sujet sur les espaces RMC BFM. La participation d'un journaliste à un voyage de presse doit faire l'objet d'un accord écrit de la direction de son service ou de sa rédaction.

21. Les journalistes de RMC BFM ne peuvent participer à aucune opération commerciale ou de communication pour le compte de tiers, sans l'accord de leur hiérarchie. Leur participation à une table-ronde ou un colloque en tant que spécialiste, au nom d'un service de RMC BFM, doit faire l'objet d'une autorisation de leur supérieur hiérarchique.

22. Les journalistes de RMC BFM ne peuvent accepter de collaborations externes, rémunérées ou non, sans avoir obtenu l'accord préalable et écrit de leur hiérarchie. Celle-ci évaluera, sous sa seule responsabilité, la demande au regard de la préservation des intérêts et de l'image du service et du Groupe.

23. Les journalistes informent les responsables de la rédaction de tout potentiel conflit d'intérêt lié aux sujets qu'ils doivent traiter et acceptent de s'en retirer.

24. Les consultants RMC BFM, régulièrement invités pour réagir à une actualité, doivent s'affranchir de tout conflit d'intérêt qui pourrait remettre en cause leur indépendance et leur crédibilité.

Chapitre 2 - Honnêteté, fiabilité et pluralisme de l'information

Introduction - Les rédactions de RMC BFM s'engagent à garantir le pluralisme interne et externe et à diffuser une information exacte et conforme à la réalité, qui proscrit toute présentation partiale des faits. Cet objectif requiert une rigueur absolue dans l'élaboration et le traitement de l'information.

Traitement de l'information

25. Compte-tenu du format de certains services du Groupe RMC BFM, l'exposition parfois répétée peut amplifier la perception d'une déclaration ou d'un événement. Les parties s'engagent, par la voix de leurs journalistes et des intervenants, à les mettre en perspective et à en assurer une présentation équilibrée, en particulier dans une situation d'incertitude et de crise ou quand il s'agit de l'intégrité d'une personne, de la réputation d'une entreprise ou d'une association.

26. Les services audiovisuels de RMC BFM traitent une grande pluralité de sujets et les hiérarchisent, en fonction de leur importance et de leur temporalité.

27. Les rédactions et toute personne amenée à intervenir sur le contenu ou la diffusion à l'antenne veillent à enrichir et compléter le plus rapidement possible l'information diffusée en direct, pour apporter l'ensemble des analyses nécessaires à sa compréhension.

28. Les rédactions et toute personne amenée à intervenir sur le contenu ou la diffusion à l'antenne s'engagent, lorsqu'une interview fait l'objet d'un montage, à ce que celui-ci n'ait pas pour conséquence de dénaturer les propos tenus, leur sens ou leur portée. De la même façon, ils s'interdisent de recourir à des procédés technologiques permettant de modifier le sens et le contenu des images.

29. Si une personne faisant l'objet d'une controverse refuse de témoigner, les rédactions de RMC BFM en font état dans le cadre du reportage ou de l'intervention du journaliste.

30. Les rédactions et toute personne amenée à intervenir sur le contenu ou la diffusion à l'antenne s'engagent à ne pas tromper, en connaissance de cause, les téléspectateurs sur la compétence et l'autorité des personnes interrogées lors d'un micro-trottoir.

31. Les rédactions de RMC BFM respectent la législation sur la diffusion des sondages d'opinion. La diffusion d'un sondage d'opinion à l'antenne, ou sa citation, sera, systématiquement, accompagnée, à l'antenne, du nom de l'organisme ayant réalisé le sondage ; du nom et de la qualité de l'acheteur du sondage ; du nombre de personnes interrogées ; des dates auxquelles les interrogations ont été effectuées.

Sources et vérification de l'information

32. Les journalistes de RMC BFM veillent à multiplier et croiser les sources avant toute diffusion d'une information. Ils ne tiennent pas pour avérés des propos fondés sur une rumeur s'ils n'ont pas été confirmés par une vérification minutieuse des sources.

33. Si l'ensemble des recoupements nécessaires sont impossibles à effectuer de manière satisfaisante dans l'immédiat, et si les rédacteurs en chef jugent que l'information doit malgré tout être diffusée, elle sera présentée sous forme conditionnelle et en précisant la source.

34. Si une information qui s'appuie sur l'enquête d'un autre média est diffusée, les rédactions de RMC BFM s'engagent à citer la source et à la mettre en perspective.

35. Les rédactions de RMC BFM et toute personne amenée à intervenir sur le contenu ou la diffusion à l'antenne privilégient les informations obtenues par leurs journalistes et/ou leur réseau de correspondants. Ils s'engagent, pour cela, à valoriser, au maximum, la présence de leurs journalistes sur le terrain et à mettre en avant leur réseau de correspondants. Ils utilisent, également, des informations délivrées par des agences françaises et internationales. Les rédactions de RMC BFM traitent alors avec la plus grande prudence les informations dont la source n'est pas clairement établie, en particulier lorsqu'il ne s'agit pas de journalistes professionnels.

36. Les rédactions de RMC BFM s'attachent à apporter un rectificatif dans les meilleurs délais si une information erronée est diffusée ou publiée.

37. Si les rédactions de RMC BFM et toute personne amenée à intervenir sur le contenu ou la diffusion à l'antenne s'attachent à diffuser des informations exclusives, la recherche du scoop ne justifie en aucun cas le recours à des moyens illicites ou à une vérification moindre des informations diffusées ou publiées.

38. Si un témoin en fait la demande, les rédactions de RMC BFM veillent à protéger son anonymat par tout procédé technique approprié et efficace (déformation de la voix, floutage, etc.). Le rôle de ce témoin et le motif de son anonymat pourront, le cas échéant, être mentionnés.

Images

39. Sur tous les supports de diffusion, chaque information doit être clairement et précisément identifiée, en indiquant le lieu, la date, l'heure, et inclure, si nécessaire, la mention « archives ».

40. Les rédactions de RMC BFM et toute personne amenée à intervenir sur le contenu ou la diffusion à l'antenne privilégient les images tournées par leurs journalistes et/ou leur réseau de correspondants. Ils s'engagent, pour cela, à valoriser, au maximum, la présence de leurs journalistes sur le terrain et à mettre en avant leur réseau de correspondants. Ils utilisent, également, des images fournies par des agences françaises et internationales. Les rédactions de RMC BFM traitent avec une grande prudence les images qui ne sont pas tournées par leurs membres, notamment en provenance d'Internet. Les images provenant d'Internet doivent être utilisées à titre subsidiaire quand il n'existe aucune autre image disponible dans les bases des agences de presse ou dans celles mises à disposition par les services audiovisuels de RMC BFM.

41. Pour les extraits vidéo qui n'ont pas obtenu d'autorisation préalable de diffusion, les rédactions de RMC BFM s'engagent à ne les diffuser à l'antenne que sur une très courte durée, et avec la mention écrite des crédits, dans le respect des règles encadrant les exceptions prévues notamment aux articles L122-5 et L.211-3 du code de la propriété intellectuelle.

42. Les rédactions de RMC BFM et toute personne amenée à intervenir sur le contenu ou la diffusion à l'antenne veillent à l'adéquation entre les images et le sujet diffusé et s'assurent que le travail de montage ne dénature pas la réalité. Quand cela est nécessaire à la compréhension du sujet, elles s'efforcent de rappeler le contexte dans lequel des images ont été tournées.

43. Les rédactions de RMC BFM limitent l'utilisation des images tournées par des partis politiques et indiquent systématiquement l'origine de ces images lors de leur passage à l'antenne. Les rédactions de RMC BFM s'engagent à avoir une équipe sur place chargée de contextualiser et de décrypter l'événement pour éviter toute opération de communication politique.

44. Les rédactions de RMC BFM analysent et sélectionnent, avant diffusion, toutes les vidéos envoyées par leurs « témoins » via leurs sites internet. Lorsqu'elles sont effectivement diffusées à l'antenne, ces vidéos envoyées par des « témoins » sont identifiées comme telles.

45. Les rédactions de RMC BFM évitent l'utilisation de procédés destinés à obtenir des images à l'insu des personnes filmées. La caméra cachée ne se justifiera, ainsi, que s'il existe un impératif d'information du public ou de sécurité des équipes de tournage. Les directions des rédactions de RMC BFM doivent être systématiquement informées du recours à la caméra cachée, de même que le public. En tout état de cause, le recours à la caméra cachée ne dispense en rien du respect de l'intimité de la vie privée de la ou des personnes filmées à leur insu.

Chapitre 3 - Impartialité de la rédaction

Introduction - L'impartialité de l'information est une condition nécessaire pour faire vivre le débat démocratique. Les rédactions de RMC BFM s'engagent à respecter ce principe de neutralité.

46. Les rédactions de RMC BFM consacrant une part significative de leur programmation à l'actualité politique et à l'animation du débat démocratique, veillent à assurer le pluralisme – aussi bien interne qu'externe - de l'expression des courants de pensée et d'opinion, sous le contrôle de l'Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique.

47. Afin d'éviter toute confusion, les fonctions et qualités de l'ensemble des intervenants, autres que les journalistes, présentateurs ou animateurs de RMC BFM, sont mentionnées pendant leur prise de parole en télévision ; avant chaque intervention en radio ; dans chaque contenu écrit.

48. Les éditorialistes et chroniqueurs de RMC BFM, dont le rôle est de mettre en perspective une actualité en exprimant leurs positions, sont identifiés comme tels à l'antenne, et peuvent valoriser des opinions jugées partisanes. Dans le choix de leurs éditorialistes et chroniqueurs, les rédactions veillent à une représentation équilibrée des points de vue.

49. Les consultants RMC BFM, régulièrement invités pour réagir à une actualité, sont identifiés comme tels à l'antenne et sur les contenus publiés. Ils doivent être sélectionnés en fonction de leur expérience, compétence ou expertise sur les sujets abordés.

50. Les journalistes respectent le principe d'équité dans leur politique d'invitation en plateau. Le choix des invités externes doit se faire avec le souci permanent de garantir le pluralisme et l'équilibre des points de vue. Lors d'une émission, tous les participants bénéficient d'un temps raisonnable pour exprimer leurs points de vue. Les journalistes font preuve du même niveau d'exigence à l'égard de tous les invités.

51. Dans le cas de débats ou d'émissions qui donnent la parole à des invités ou le public, les journalistes présentateurs ou animateurs doivent conserver la maîtrise de l'antenne. Si des commentaires diffamatoires, d'atteinte à la vie privée ou haineux sont prononcés, les journalistes, présentateurs ou animateurs doivent y mettre fin ou *a minima* rappeler leur illégalité et s'en dissocier clairement.

52. Les journalistes de RMC BFM ne tirent pas profit de leur position pour valoriser des idées partisanes. Ils respectent une présentation honnête des questions prêtant à controverse et assurent l'expression des différents points de vue.

53. Quand les journalistes interviennent en cette qualité publiquement, notamment sur les réseaux sociaux, ils le font avec mesure et discernement, sans exprimer de commentaire politique, quelle que soit la nature de la publication (texte, photo, vidéo, etc.) étant donné qu'ils incarnent aux yeux du public le média pour lesquels ils travaillent et peuvent de fait impliquer le Groupe RMC BFM. Ils s'interdisent également de publier tout contenu susceptible de dénigrer ou de manquer de loyauté envers leurs employeurs.

Chapitre 4 - Respect de la personne

Introduction - Le respect de la personne humaine et de sa dignité, ainsi que la lutte contre les discriminations, constituent l'un des fondements de l'approche éditoriale du Groupe RMC BFM.

54. Les parties veillent dans leurs programmes au strict respect de la personne humaine (de sa vie privée, de son droit à l'image, de sa dignité, de la protection des mineurs, etc.), telle qu'elle est définie par la loi et la jurisprudence.

55. Les journalistes de RMC BFM s'interdisent toute incitation à la haine et à la violence et s'engagent à être exemplaires en ce qui concerne la lutte contre tous les types de discriminations (en raison de l'origine, du genre, de l'orientation sexuelle, de la religion ou de la nationalité, etc.). Ils s'engagent à refléter dans leurs émissions, et à travers leurs intervenants, la diversité de la société française.

56. Les rédactions de RMC BFM respectent strictement le droit exclusif d'une personne sur son image et le droit au respect de sa vie privée. Les équipes de RMC BFM, conformément aux dispositions du code pénal, ne diffusent d'images d'une personne dans, ou à partir d'un lieu privé, que si cette personne a donné son consentement.

57. Les rédactions de RMC BFM garantissent un droit de réponse à toute personne physique ou morale dans le cas où des propos susceptibles de porter atteinte à son honneur ou à sa réputation auraient été diffusés, dans la mesure où la demande respecte l'article 6 de la loi du 29 juillet 1982 sur la communication audiovisuelle et dont les modalités pratiques d'exercice ont été précisées par le décret du 6 avril 1987 relatif à l'exercice du droit de réponse dans les services de communication audiovisuelle.

58. Les rédactions de RMC BFM accordent une attention particulière aux témoignages des personnes mineures. Les journalistes réalisant l'interview s'assurent de recueillir l'assentiment du mineur ainsi que celui d'au moins l'une des deux personnes exerçant l'autorité parentale. En cas de situation de divorce ou de garde alternée, l'assentiment des deux parents de la personne mineure est requis. Si les parents l'exigent, ils garantissent une protection totale de l'identité de la personne mineure par un procédé technique approprié, comme le floutage (visuel et/ou sonore).

59. Dans le cadre de leur mission d'information, et tout particulièrement lors de reportages tournés dans des zones en proie à des violences ou actes de terrorisme, les rédactions de RMC BFM peuvent être amenées à diffuser des images pouvant heurter les publics les plus sensibles. Les services audiovisuels de RMC BFM s'attachent à trouver un juste équilibre entre le droit à l'information, la protection des téléspectateurs et le respect de la dignité humaine, comme recommandé par l'Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique. Les chaînes s'assurent notamment que le visage d'une victime décédée soit systématiquement flouté.

60. Les rédactions de RMC BFM traitent avec pondération et équité les conflits ou controverses susceptibles d'alimenter des tensions au sein de la population.

61. Dans le cas des prises d'otage ou des enlèvements, les rédactions de RMC BFM veillent à prendre toutes les dispositions nécessaires pour ne pas mettre en danger la vie des otages, des personnes victimes d'enlèvements ou d'attentats, à respecter leur intégrité et la sensibilité de leurs proches.

62. Lors d'un acte de terrorisme ou d'une prise d'otage, les rédactions de RMC BFM remplissent leur mission d'information en exerçant leur sens de la responsabilité pour ne pas porter atteinte à la sécurité des personnes et/ou à la sauvegarde de l'ordre public. Ils peuvent être amenés, le cas échéant, à dialoguer avec les services de sécurité à ce sujet.

63. Les journalistes de RMC BFM consultent leur rédaction en chef pour accord avant la diffusion d'informations susceptibles de porter atteinte à la sécurité des personnes et/ou à la sauvegarde de l'ordre public.

64. Les rédactions de RMC BFM respectent scrupuleusement la présomption d'innocence. Elles s'engagent à faire preuve de retenue dans les images diffusées et s'abstiennent de diffuser des sujets pouvant laisser croire que la personne ou l'entité concernée est coupable.

Signataires :

Claire Léost
Directrice Générale de CMA Media



Régis Ravanas
Directeur Général de RMC BFM



Jean-Philippe Baille
Directeur Général Délégué à l'information – RMC BFM



Alexandra Gonzalez
Présidente de la SDJ de BFMTV



Victor Joannin
Co-président de la SDJ de RMC



Justine Vassogne
Co-présidente de la SDJ de BFM Business

